

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
(Наименование института)



ЕВЕРЖОЛАН  
Директор института

Ярьев О.Б.  
2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

УПРАВЛЕНИЕ СНАБЖЕНИЕМ И СБЫТОМ ОРГАНИЗАЦИИ  
(наименование дисциплины)

**направление подготовки / специальность**

43.03.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

(код и наименование направления подготовки (специальности))

**направленность (профиль) подготовки**

УПРАВЛЕНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ  
(направленность (профиль) подготовки))

г. Владимир

2021

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины** «Управление снабжением и сбытом организации» является формирование у студентов компетенций, способствующих осмыслению базовых процессов снабжения и сбыта осуществляющихся в гостинично-ресторанных комплексах, ведению коммерческой деятельности, нацеленной на получение прибыли, а также поддержание конкурентоспособности предприятия индустрии гостеприимства с учетом динамики изменения факторов рыночной среды.

**Задачами курса является:**

- анализ ценовой, сбытовой, рекламной стратегии средства размещения и методов стимулирования сбыта, выявление их сильных и слабых сторон;
- разработка и формирование кратко-, средне- и долгосрочных прогнозов по сбыту услуг отеля;
- выбор наиболее перспективных целевых сегментов рынка и разработка ориентированной на них стратегии

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Управление снабжением и сбытом организации» относится к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело».

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
1	2	3	4
ПК-1 Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-1.1. Формирует цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– правовые и нормативные документы, регламентирующие гостиничный бизнес;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать и прогнозировать объемы продаж гостиничных услуг</li> </ul> <p><i>Владеть</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками определения плановых заданий и технико-экономических норм, ресурсов, необходимых для обеспечения гостиничной деятельности</li> </ul>	Тестовые вопросы реферат
	ПК-1.2. Организует оценку и обеспечивает текущее и перспективное планирование потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методические приемы оценки эффективности деятельности организаций гостиничного сервиса.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать технологические процессы в деятельности предприятий гостиничного сервиса, обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов</li> </ul> <p><i>Владеть</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками организации коммерческой деятельности на предприятии</li> </ul>	Практико-ориентированные задания

	ПК-1.3 Осуществляет формирование и функционирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественно-го питания	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности управления бизнес-процессами сферы гостеприимства по организации снабжения и сбыта предприятия</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать эффективность и контролировать текущее состояние бизнес-процесса и этапы его исполнения.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поддержания качества бизнес-процессов по снабжению и сбыте отеля</li> </ul>	Практико-ориентированные задания
ПК-5 Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания для принятия эффективных управленческих решений	ПК-5.1. Осуществляет сбор и анализ данных о затратах организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру и формы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач гостиничного предприятия</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию</li> <li>- провести общий анализ финансово-хозяйственной деятельности</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения анализа основных экономических показателей и эффективности деятельности предприятия в целом.</li> </ul>	Ситуационные задачи
ПК-6 Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-6.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методику анализа системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методикой анализа системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства;</li> </ul>	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания
	ПК-6.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства, их структурных подразделений	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности разработки ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства, их структурных подразделений</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать ценовую и сбытовую политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками совершенствования ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства</li> </ul>	Тестовые вопросы Ситуационные задачи

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

##### Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудо- емкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успева- емости, форма промежуточной аттестации ( <i>по семестрам</i> )
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	в форме практиче- ской подготовки		
1	Функции материально-технического снабжения в организации сферы гостеприимства	5	1-2	2	4			6	
2	Планирование заказов и условий поставки. Управление заказами	5	3-4	2	4			10	
3	Запасы в сфере производства и обращения	5	5-6	2	4			10	Рейтинг-контроль №1
4	Системы управления запасами	5	7-8	2	4		2	12	
5	Оптимизация затрат на содержание запасов	5	9-10	2	4		4	12	
6	Организация складирования и управление складом	5	11-12	2	4		4	10	Рейтинг-контроль №2
7	Роль сбытовой политики в деятельности предприятия	5	13-14	2	4		2	10	
8	Организация коммерческой деятельности по продаже услуг	5	15-16	2	4			10	
9	Формирование ассортимента гостиничных услуг	5	17-18	2	4		4	10	Рейтинг-контроль 3
Итого за 5 семестр				18	36		16	90	экзамен (36)
Наличие в дисциплине КПП/КР				-	-	-	-	-	-
Всего по УП				18	36		16	90	экзамен (36)

**Тематический план  
форма обучения – заочная, 3года 6 мес.**

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	в форме практической подготовки		
1	Функции материально-технического снабжения в организации сферы гостеприимства	4		1				10	
2	Планирование заказов и условий поставки. Управление заказами	4						16	
3	Запасы в сфере производства и обращения	4						18	Рейтинг-контроль №1
4	Системы управления запасами	4		2				16	
5	Оптимизация затрат на содержание запасов	4			2		2	17	
6	Организация складирования и управление складом	4			1		1	16	Рейтинг-контроль №2
7	Роль сбытовой политики в деятельности предприятия	4		1				18	
8	Организация коммерческой деятельности по продаже услуг	4						16	
9	Формирование ассортимента гостиничных услуг	4			1		1	18	Рейтинг-контроль 3
Итого за 4 семестр					4	4	4	145	экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР				-				-	-
Всего по УП					4	4	4	145	экзамен (27)

## Содержание лекционных занятий по дисциплине

### **Тема 1. Функции материально-технического снабжения в организации сферы гостеприимства**

Материально-технические ресурсы: основные и вспомогательные материалы, топливо, энергия, полуфабрикаты - оборотные фонды предприятия. Организация и планирование материально-технического снабжения. Принципы и методы нормирования расхода материалов. Особенности нормирования материалов, расхода электрической энергии, топлива

### **Тема 2. Планирование заказов и условий поставки. Управление заказами.**

Определение потребности в материалах, периодичности и объема заказа. Выбор поставщиков, размещения заказов, условий поставки. Управление заказами и оптимизация затрат. Системы управления запасами и оптимизация затрат на содержание запасов

### **Тема 3. Запасы в сфере производства и обращения**

Общие сведения о материальных запасах. Необходимость образования запасов. Виды запасов и их характеристики. Функции запасов. Определение уровня запасов

### **Тема 4. Системы управления запасами**

Цель и задачи системы управления запасами. Метод ABC - способ нормирования и контроля за состоянием запасов. Спрос как элемент системы управления запасами. Детерминированный и стохастический спрос на материальные ресурсы. Стратегии управления запасами

### **Тема 5. Оптимизация затрат на содержание запасов**

Затраты на формирование, содержание и хранение запасов. Доля затрат на содержание запасов в стоимости запасов: капитальные затраты, страхование, износ и списание, расходы на хранение, налоги. Затраты на информационное обеспечение системы управления запасами. Планирование запасов. Модель с постоянным размером партии заказа. Определение точки заказа

### **Тема 6. Организация складирования и управление складом**

Понятие современного склада. Основные функции склада. Выбор месторасположения, типов, количества складов, системы складирования. Критерии оптимальности системы складирования. Территория склада. Склад в цепочке образования стоимости. Учет наличия и движения товарно-материальных ценностей, инвентаризация

### **Тема 7. Роль сбытовой политики в деятельности предприятия**

Управление процессом распределения. Основные задачи службы продаж туристских предприятий. Каналы сбыта. Система сбыта через независимых посредников. Влияние управления сбытом на экономическую устойчивость работы предприятия. Маркетинговые исследования рынка сбыта. Необходимость создания отдела маркетинга. Разработка и обоснование сбытовой политики. Совместная сбытовая деятельность.

### **Тема 8. Организация коммерческой деятельности по продаже услуг**

Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже и продвижению услуг. Организация коммерческой работы по оптовой продаже услуг. Формы и методы оптовой продажи гостиничных и туристских услуг. Организация оказания услуг клиентам. Электронная коммерция. Организация коммерческой работы по продаже услуг потребителям. Факторы, влияющие на стимулирование сбыта. Мероприятия по стимулированию сбыта. Организация оказания дополнительных услуг покупателям.

### **Тема 9. Формирование ассортимента гостиничных услуг**

Моделирование ассортиментной политики предприятий и ассортимента. Факторы, определяющие построение ассортимента услуг. Управление номенклатурой услуг и ее количественная оценка. Определение спроса и предложения на потребительском рынке и его емкости. Конъюнктура потребительского рынка, изучение ее влияния на деятельность предприятия. Ассортиментная политика фирмы, основной и дополнительный ассортимент. Расширение и обновление ассортимента услуг. Ассортиментный перечень услуг, контроль за ассортиментом.

## Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

### **Тема 1. Функции материально-технического снабжения в организации сферы гостеприимства**

Основные понятия и термины по теме. Основные функции предприятия, снабжение, реализация услуг предприятий сферы гостеприимства, сбыт. Товарно-материальные запасы. Влияние запасов на затраты предприятия

*Форма занятия – дискуссия, работа в мини-группах*

### **Тема 2. Планирование заказов и условий поставки. Управление заказами.**

Исследование модели фиксированного объема поставок. Управление заказами. Задачи сокращения годовых расходов на приобретение и содержание запасов на складе

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, практикум*

### **Тема 3. Запасы в сфере производства и обращения**

Определение уровня запасов. Приемка, размещение, складирование и хранение запасов. Комплектация заказов, подготовка к отгрузке. Определение среднего объема запасов

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах*

### **Тема 4. Системы управления запасами**

Нормирование запасов предприятия индустрии гостеприимства. Определение экономического размера заказов для обеспечения запасов СРЗ

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, решение практических задач*

### **Тема 5. Оптимизация затрат на содержание запасов**

Затраты на формирование, содержание и хранение запасов. Доля затрат на содержание запасов в стоимости запасов: капитальные затраты, страхование, износ и списание, расходы на хранение, налоги. Затраты на информационное обеспечение системы управления запасами

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, решение практических задач*

### **Тема 6. Организация складирования и управление складом**

Виды складов: единичного хранения, линейного расположения, блочного расположения. Мероприятия, снижающие издержки содержания и расширения склада

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах*

### **Тема 7. Роль сбытовой политики в деятельности предприятия**

Изучение сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства. Затраты по сбыту услуг предприятия туристской отрасли.

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах*

### **Тема 8. Организация коммерческой деятельности по продаже услуг**

Продажа услуг: методы, организация, эффективность. Организация системы сбыта. Стимулирование сбыта как основной прием достижения коммерческого успеха. Стимулирование и его роль в жизненном цикле услуги. Основные цели стимулирования продаж. Формы и методы стимулирования сбыта, их выбор. Сущность, цели, задачи и организация изучения покупательского спроса. Прогнозирование покупательского спроса. Определение спроса и предложения на потребительском рынке и его емкости. Конъюнктура потребительского рынка, изучение ее влияния на предпринимательскую деятельность. Организация процесса продаж. Обслуживание покупателей.

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, решение практических задач*

### **Тема 9. Формирование ассортимента гостиничных услуг**

Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров/услуг. Основные факторы подбора и планирования ассортимента услуг. Жизненный цикл услуги. Порядок формирования, регу-

лирования и контроля ассортимента услуг на предприятии сферы гостеприимства. Свойства и показатели ассортимента услуг/товаров. Виды анализа ассортимента. Ассортиментная политика. Расширение и обновление ассортимента товаров.

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, решение практических задач*

## **5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

**5.1. Текущий контроль успеваемости** проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

### **Примерные тест-вопросы к рейтинг-контролю №1**

**1. МТО - это:**

- a. логистическая операция
- b. логистическая функция
- c. вид ком. деятельности
- d. вид предпринимательской деятельности
- e. все ответы верны
- f. все ответы неверны

**2. Объекты МТО: - это**

- a. мат.-тех. ресурсы
- b. поставщики
- c. потребители мат.-тех. ресурсов
- d. все ответы верны

**3. Выберите правильную характеристику специализированных ресурсов:**

- a. высокая цена, легкодоступность, широкая распространенность
- b. низкая цена, низкая эффективность использования, легкодоступность
- a. низкая цена, высокая эффективность использования, широкая распространенность
- c. высокая цена, ограниченная распространенность, высокая значимость

**4. Высокий уровень издержек на обеспечение предприятия определяет то обстоятельство, что**

- a. предприятия стремятся по возможности не заниматься этой деятельностью
- b. предприятия стремятся выбирать как можно более дешевые материальные ресурсы
- c. эффективность МТО определяет эффективность деятельности предприятия, в целом

**5. Рациональная организация снабжения ПОП – это**

- a. своевременная доставка продуктов;
- b. наличие графика завоза сырья и продуктов;
- c. заключение договоров на поставку;
- d. все ответы верны.

**6. Источниками снабжения предприятий гостинично-ресторанной сферы могут являться:**

- a. фермерские хозяйства
- b. супермаркеты;
- c. оптовые базы;
- d. магазины-кулинарии.

**7. Предприятие сферы гостеприимства для закупки товаров и продуктов с продавцом заключает договор:**

- a. купли-продажи;
- b. аренды;



- c. поставки;
  - d. трудовой договор.
- 8. Договор поставки – это документ на поставку сырья, товаров и продуктов, который как правило имеет**
- a. четыре основных раздела;
  - b. шесть основных разделов;
  - c. пять основных разделов;
  - d. все ответы верны.
- 9. Любой договор, заключённый между двумя и более партнёрами представляет собой**
- a. перечень разногласий между сторонами
  - b. соглашение двух и более лиц об установлении прав и обязанностей;
  - c. список взаимных претензий, предъявляемых партнёрами друг другу;
  - d. все ответы верны
- 10. Задачи, которые необходимо решить для обеспечения предприятия сферы гостеприимства, заключаются в следующем**
- a. что и сколько купить
  - b. как сэкономить
  - c. сколько потратить
  - d. где найти денег, на покупку сырья
- 11. Форма доставки, когда товары на предприятие поступают непосредственно от поставщика**
- a. транзитная;
  - b. централизованная;
  - c. складская;
  - d. децентрализованная.
- 12. Способ доставки товаров силами и средствами поставщика?**
- a. транзитный;
  - b. централизованный;
  - c. складской;
  - d. децентрализованный.
- 13. Кто является посредником между изготовителем и потребителем?**
- a. зав. складом;
  - b. торговый агент;
  - c. продавец на рынке;
  - d. все ответы верны.
- 14. Машины для перевозки продуктов должны иметь**
- a. медицинский паспорт;
  - b. санитарный паспорт;
  - c. разрешение на перевозку продуктов
  - d. заключение Роспотребнадзора.
- 15. Тара предназначена для**
- a. обеспечения сохранности продуктов при транспортировке
  - b. проверки качества товара
  - c. уничтожения продуктовых отходов
  - d. сжигания мусора
- 16. Классификация тары производится по основным признакам**
- a. по степени жёсткости
  - b. по кратности использования
  - c. по степени специализации
  - d. все ответы верны
- 17. Приёмка, вскрытие, хранение и возврат тары называется:**
- a. товарооборот

- b. тарооборот
- c. кругооборот
- d. все ответы верны

**18. Сколько признаков классификации тары Вы знаете?**

- a. четыре;
- b. шесть
- c. восемь
- d. десять

**19. Содержание работы по планированию оптовых закупок товаров**

- a. разработка бизнес-плана
- b. разработка плана поступления товаров
- c. разработка плана доставки
- d. разработка плана закупок
- e. разработка плана завоза товаров на основе договоров поставки
- f. разработка плана производства

**20. Формы оптовых закупок**

- a. самостоятельный поиск и выбор поставщика
- b. заключение договоров
- c. закупка товаров на оптовых ярмарках, выставках
- d. документальное оформление доставки товаров
- e. отборка товаров
- f. закупка на основе тендерных торгов

### Примерные тест-вопросы к рейтинг-контролю №2

**1. Причинами роста сбытовых издержек являются:**

- a. глобализация рынков сбыта;
- b. несовершенство производственной системы компании;
- c. растущая компетентность и требовательность потребителей;
- d. верны ответы а) и б).

**2. Схема организации электронной коммерции B2B имеет место, когда сделки через Интернет осуществляют:**

- a. предприятия;
- b. потребители;
- c. потребители и предприятия.

**3. «Служба закупок» позволяет предприятию с интернет-сайта осуществлять:**

- a. сбыт товара компании;
- b. материально-техническое снабжение компании;
- c. управление запасами ресурсов компании.

**4. Электронные и торговые площадки выполняют функции по:**

- a. снабжению и сбыту;
- b. снабжению;
- c. сбыту.

**5. Запас, который создается на случай определенных обстоятельств, называется:**

- a. запас текущего хранения
- b. запас целевого хранения
- c. сезонный запас

**6. К коммерческим операциям, обобщающим процесс товародвижения, относят:**

- a. обобщение информации розничных предприятий о ходе реализации товаров
- b. подготовка текстов договоров
- c. обобщение информации о результатах производства
- d. обобщение информации об итогах выполнения договорных обязательств
- e. обобщение информации о движении товарных запасов на складах

**7. Выберите правильную последовательность заполнения плана поступления товаров при планировании оптовых закупок:**

- a. товарных групп и подгрупп; наименование товаров; объем товарных запасов на начало и конец периода; задание по обороту на период; объем поступления товаров
- b. наименование товаров, товарных групп и подгрупп; объем товарных запасов на начало и конец периода; задание по обороту на период;; объем поступления товаров
- c.наименование товаров; товарных групп и подгрупп; задание по обороту на период; объем поступления товаров; объем товарных запасов на начало и конец периода;
- d. наименование товаров, товарных групп и подгрупп; задание по обороту на период; объем товарных запасов на начало и конец периода; объем поступления товаров

**8. Установите последовательность заполнения плана поступления товаров при планировании оптовых закупок:**

- a.объем товарных запасов на начало и конец периода
- b. задание по обороту на период
- c.наименование товаров, товарных групп и подгрупп
- d. объем поступления товаров

**9. Установите соответствие между методами определения объемов закупок и продаж товаров и их сущностью:**

- |  |   |
|--|---|
| 1) метод экстраполяции динамических рядов              | А) расчет прироста объема продаж при росте покупательной способности          |
| 2) метод использования коэффициента эластичности       | Б) предполагает расчет оптимального заказа при поставке товаров               |
| 3) нормативный метод определения потребности в товарах | В) учитывает объем продажи и товарные запасы на начало и конец периода        |
| 4) балансовый метод                                    | Г) основе этого метода лежат рациональные нормы потребления                   |
|  | Д) расчет объемов закупок определяется на основе данных о продажах за ряд лет |

**10. Установите соответствие между классификационными признаками запасов товаров и их видами:**

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| 1) по месту нахождения                | А) нормативные, сверхнормативные.                                    |
| 2) по времени возникновения           | Б) подготовительные, текущие, порогового уровня                      |
| 3) по объемам и потребности в них     | В) текущего хранения, сезонного хранения и досрочного завоза         |
| 4) по назначению                      | Г) нормативные, сверхнормативные                                     |
| 5) в зависимости от места образования | Д) производственные запасы, товарные запасы                          |
|                                       | Е) товарные запасы в розничной сети, на оптовых предприятиях, в пути |

**11. Факторы, влияющие на товарные запасы:**

- a. количество торговых предприятий
- b. объем оборота
- c. сложность ассортимента
- d. организация завоза товаров
- e. объемы выпуска продукции
- f. ассортимент товаров

g. наличие технологического складского оборудования

**12. Установите последовательность оптимизации размеров товарных запасов на предприятии:**

- a. регистрация методов и процедур, используемых фирмой при управлении запасами
- b. определение шагов перехода запасов к требуемому состоянию
- c. определение стоимости запасов, их номенклатуры
- d. сравнение существующих методов и процедур управления товарными запасами
- e. проведение ABC-анализа и выявление ключевых запасов
- f. разработка новой или усовершенствование системы управления запасами

**13. Сущность метода структуризации товарных запасов при их оптимизации:**

- a. определение динамики изменения запасов
- b. из многочисленной номенклатуры товаров выделяются главные составляющие
- a. использование ABC и XYZ моделей анализа запасов
- b. сравнение фактического размера запасов с нормативами
- c. нормирование запасов

**14. Задачи, решаемые при регулировании товарными запасами:**

- a. формирование ассортимента товаров
- b. увеличение объемов продаж
- c. увеличение объемов закупок
- d. определение времени пополнения запасов
- e. определение количества товаров, пополняющих запасы

**15. Виды основных моделей регулирования товарными запасами:**

- a. модель с фиксированным объемом
- b. модель с фиксированным периодом
- c. модель изменяющегося заказа
- d. модель оптимального ассортимента
- e. модель меняющегося периода

**16. Страховые запасы**

- a. обеспечивают непрерывность производственного процесса между очередными поставками
- b. предназначены для непрерывного обеспечения материалами производственного процесса в случае непредвиденных обстоятельств
- c. образуются при сезонном характере производства и потребления
- d. обеспечивают непрерывность производственного или торгового процесса между очередными поставками

**17. По высоте укладки грузов склады бывают**

- a. склады – гиганты
- b. статические склады
- c. небольшие помещения
- d. обычные склады

**18. Для системы с фиксированной периодичностью заказа характерно:**

- a. товар заказывается, как только его запас достигает заранее определенного минимального значения
- b. интервалы времени, через которые производится размещение заказа, в этом случае могут быть разные
- c. размер заказываемой партии товара определяется разностью между нормой максимального товарного запаса и фактическим запасом
- d. товар заказывается, как только его запас достигнет заранее определенного минимального значения

**18. Для системы фиксированным размером заказа характерно:**

- a. контроль за состоянием запаса осуществляется через равные промежутки времени

- b. заказ на поставку новой партии товаров осуществляется по результатам проведения инвентаризации остатков
- c. в определенный день недели менеджер просматривает остатки товаров и заказывает товары до заранее определенной максимальной нормы
- d. нормируемыми величинами в этой системе являются величина заказа, размер запаса в момент размещения заказа

**19. Система контроля за состоянием запасов с фиксированной периодичностью заказа применяется в тех случаях, когда:**

- a. высокая стоимость заказываемого товара
- b. большие потери в результате отсутствия спроса
- c. потери от возможного дефицита сравнительно невелики
- d. высокая степень неопределенности спроса

**20. Система с фиксированным размером заказа применяется в следующих случаях**

- a. высокая стоимость заказываемого товара
- b. условия поставки позволяют получать заказы различными по величине партиями
- c. расходы по размещению и доставке сравнительно невелики
- d. потери от возможного дефицита невелики

### **Примерные вопросы к рейтинг-контролю №3**

**1. Позиционирование товара - это:**

- a. обеспечение товару конкурентного положения на рынке и разработка комплекса маркетинга;
- b. процесс разбивки потребителей на основе их потребностей и особенностей покупательского поведения;
- c. оценка и отбор одного или нескольких сегментов рынка для выхода на них со своими товарами;
- d. деятельность фирмы по увеличению сбыта за счет создания у товаров новых или усовершенствованных потребительских качеств.

**2. К целям продвижения товара относят:**

- a. обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю.;
- b. информирование покупателя о назначении, качестве, цене и месте где можно приобрести товар;
- c. установление обратной связи с рынком и потребителем;
- d. верно все выше перечисленное.

**3. Продвижение товара - это:**

- a. совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью;
- b. установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем;
- c. платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации;
- d. любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара.

**4. Контроль за полнотой и устойчивостью ассортимента осуществляется следующими методами:**

- a. анализ динамики продажи и товарных запасов;
- b. метод выборочных обследований;
- c. использование данных учета неудовлетворенного спроса;
- d. всеми названными ранее способами.

**5. Товароборачиваемость услуги - это:**

- a. время и скорость обращения услуг
- b. количество дней, на которые хватит данного товарного запаса при сложившемся товарном обороте;

- c. уровень товарных запасов;
  - d. однодневный оборот.
- 6. При построении ассортимента услуг должна быть обеспечена широта, глубина, полнота и устойчивость ассортимента - это:**
- a. этапы построения ассортимента;
  - b. факторы, влияющие на формирование ассортимента,
  - c. принципы построения ассортимента;
  - d. функциональные обязанности коммерческого работника.
- 7. Прогнозирование спроса - это:**
- a. анкетирование;
  - b. интервьюирование;
  - c. научное предвидение;
  - d. наблюдение.
- 8. Спрос населения на товары/услуги - это:**
- a. форма проявления потребностей, которая обеспечена покупательской способностью, т.е. деньгами;
  - b. потребность в одежде, продуктах питания;
  - c. потребность в образовании, зрелищах;
  - d. научно-обоснованные нормы (нормативы) потребления.
- 9. Для определения удовлетворенного спроса используют:**
- a. конъюнктурные совещания;
  - b. результаты ярмарок;
  - c. опросы покупателей;
  - d. учет продажи товаров.
- 10. Какие функции выполняет служба маркетинга компании при продажах продукции:**
- a. установление квот продаж;
  - b. поиск целевого сегмента;
  - c. организация рекламных воздействий;
  - d. верны ответы б) и в).
- 11. Стратегия продвижения товара предусматривает:**
- a. условия доставки;
  - b. дизайн системы продвижения;
  - c. стимулирование сбыта.
- 12. Стратегиями продвижения выступают:**
- a. стратегия «проталкивания»;
  - b. стратегия стабилизации;
  - c. стратегия «протягивания»;
  - d. верны ответы а) и в).
- 13. Стратегия «проталкивания» направлена на:**
- a. посредников;
  - b. потребителей;
  - c. только розничных торговцев;
  - d. все вышеперечисленное неверно.
- 14. Стратегия «протягивания» делает ставку на привлечение:**
- a. оптовиков;
  - b. конечных потребителей;
  - c. розничных продавцов;
  - d. все вышеперечисленное неверно.
- 15. Стратегия распределения товара — это планово-управленческие решения о типе канала распределения, его структуре, масштабах, интенсивности:**
- a. да;
  - b. нет.

**16. Организационная структура отдела продаж представляет собой:**

- a. совокупность всех элементов организации (должностей и структурных подразделений), участвующих в осуществлении процесса продаж, и связей между ними;
- b. совокупность штатных единиц отдела продаж с указанием их должностных полномочий и зоны ответственности;
- c. способ группировки работ и проведения линии подчинения, объединяющий взаимосвязанные и взаимообусловленные стороны единого целого организации системы управления продажами фирмы в увязке с системой ответственности за эти работы.

**17. К общим принципам выбора и построения организационной структуры отдела продаж относятся:**

- a. соответствие организационной структуры отдела продаж системе взаимоотношений с клиентами;
- b. соответствие организационной структуры маркетинговой концепции фирмы;
- c. соответствие организационной структуры принципам эффективной координации разных видов сбытовой деятельности, выполняемых отдельными сотрудниками или подразделениями фирмы;
- d. соответствие организационной структуры системному подходу к управлению продажами;
- e. соответствие организационной структуры принятым отраслевым нормам и стандартам.

**18. Модель управления продажами, вынесенная за рамки материнской структуры организации, - это:**

- a. аудит продаж;
- b. проектно-матричная структура;
- c. механистическая структура;
- d. управление по проектам;
- e. аутсорсинг продаж.

**19. Модель управления продажами, вынесенная за рамки материнских структур организаций, когда производители пользуются услугами независимых посредников, объединяя свои товары с изделиями других поставщиков и создавая продукцию, удовлетворяющую потребностям конечного пользователя, - это:**

- a. двойственная организационная структура;
- b. проектно-матричная структура;
- c. партнерское управление проектами;
- d. маркетинговый альянс;
- e. управление по проектам.

**20. Условиями эффективных коммуникаций между отделом продаж и службой маркетинга являются:**

- a. размытые и динамично изменяющиеся зоны ответственности;
- b. возможность использования четко прописанных процедур взаимодействия;
- c. значимость материальных и нематериальных поощрений сотрудников;
- d. налаженная обратная связь;
- e. закрепленные критерии оценки деятельности подразделений.

**5.2. Промежуточная аттестация** по итогам освоения дисциплины проводится в форме экзамена.

**Вопросы к экзамену**

1. .Функции материально-технического снабжения в организации сферы гостеприимства.
2. Материально технические ресурсы предприятия.
3. Обоснование необходимости образования запасов.
4. Структура и классификация запасов предприятия.
5. Значение и функции запасов и их влияние на затраты предприятия.
6. Объем производства и объем необходимых запасов.

7. Структура и классификация товарных запасов.
8. Анализ и планирование поставок ресурсов, образования и расходования запасов.
9. Нормирование производственных запасов.
10. Обоснование размера партии поставки.
11. Определение потребностей в запасах, периодичности и объема заказа. Точка заказа. Формула Уилсона.
12. Выбор поставщиков.
13. Размещение заказа и определение условий поставки.
14. Управление заказами и оптимизация затрат.
15. Оперативное планирование и управление запасами.
16. Издержки системы управления запасами: по формированию, содержанию запасов, из-за отсутствия запасов.
17. Понятие современного склада. Основные функции склада. Эффективная организация склада.
18. Основные задачи службы сбыта.
19. Маркетинговые исследования рынка сбыта.
20. Факторы, влияющие на стимулирование сбыта.
21. Разработка и обоснование сбытовой политики.
22. Затраты по сбытовой деятельности.
23. Цели, задачи, направления формирования ассортимента.
24. Ассортимент услуг и номенклатура услуг – понятие, виды.
25. Порядок формирования ассортимента на гостиничных предприятиях.
26. Факторы, определяющие построение ассортимента услуг на предприятиях.
27. Источники поступления и поставщики товаров.
28. Классификация поставщиков товаров.
29. Методы стимулирования сбыта услуг.
30. Перечислите и опишите характеристики ассортимента услуг.
31. Какими показателями характеризуется структура ассортимента услуг?
32. Перечислите пути совершенствования ассортимента.
33. Назовите факторы, оказывающие влияние на формирование ассортимента услуг.
34. Какие принципы могут быть положены в основу формирования ассортимента?
35. Назовите этапы формирования ассортимента услуг?

### **5.3. Самостоятельная работа обучающегося.**

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуально-го задания (реферат), подготовка презентации доклада.

#### **1) Подготовка реферата**

#### **Примерные темы для написания рефератов**

1. Применение методов прогнозирования в деятельности отеля.
2. Виды хозяйственного взаимодействия рыночных посредников в сфере гостеприимства.
3. Стратегии продвижения услуг гостиницы.
4. Эффективные формы стимулирования сбыта гостиничных услуг.
5. Альтернативные варианты канала сбыта гостиничных услуг.
6. Мотивация участников канала сбыта гостиничных услуг.
7. Специальные рекламные предложения на рынке гостеприимства.
8. Скидки как форма стимулирования сбыта гостиничных услуг.
9. Современные особенности PR-акций в гостиничном бизнесе в условиях глобализации экономики.



10. Управление продажами в гостиничном бизнесе.
11. Сущность и продажи дополнительных услуг в отеле.
12. Особенности продаж гостиничных услуг по телефону.
13. Особенности продаж гостиничных услуг через турфирмы.
14. Организация работы коммерческой службы с корпоративными клиентами.
15. Выставочная деятельность как средство продвижения гостиничных услуг.
16. Виды договоров с турфирмами.
17. Взаимодействие гостиниц и турфирм.

### **Методические указания по написанию реферата**

Реферат – краткое изложение содержания документа или его части, научной работы, включающее основные фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с источниками и определения целесообразности обращения к ним. Современные требования к реферату – точность и объективность в передаче сведений, полнота отображения основных элементов как по содержанию, так и по форме.

Цель реферата - не только сообщить о содержании реферируемой работы, но и дать представление о вновь возникших проблемах соответствующей отрасли науки. В учебном процессе реферат представляет собой краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания книги, учения, научного исследования и т.п. Иначе говоря, это доклад на определенную тему, освещающий её вопросы на основе обзора литературы и других источников.

Рефераты в рамках учебного процесса в вузе оцениваются по следующим основным критериями:

- актуальность содержания, высокий теоретический уровень, глубина и полнота анализа фактов, явлений, проблем, относящихся к теме;
- информационная насыщенность, новизна, оригинальность изложения вопросов; - простота и доходчивость изложения;
- структурная организованность, логичность, грамматическая правильность и стилистическая выразительность;
- убедительность, аргументированность, практическая значимость и теоретическая обоснованность предложений и выводов.

#### **Основные этапы работы над рефератом**

В организационном плане написание реферата - процесс, распределенный во времени по этапам. Все этапы работы могут быть сгруппированы в три основные: подготовительный, исполнительский и заключительный.

*Подготовительный этап* включает в себя поиски литературы по определенной теме с использованием различных библиографических источников; выбор литературы в конкретной библиотеке; определение круга справочных пособий для последующей работы по теме.

*Исполнительский этап* включает в себя чтение книг (других источников), ведение записей прочитанного.

*Заключительный этап* включает в себя обработку имеющихся материалов и написание реферата, составление списка использованной литературы.

Написание реферата. Определен список литературы по теме реферата. Изучена история вопроса по различным источникам, составлены выписки, справки, планы, тезисы, конспекты. Первоначальная задача данного этапа - систематизация и переработка знаний. Систематизировать полученный материал - значит привести его в определенный порядок, который соответствовал бы намеченному плану работы.

#### **Структура реферата**

##### Введение

Введение - это вступительная часть реферата, предваряющая текст. Оно должно содержать следующие элементы:

- а) очень краткий анализ научных, экспериментальных или практических достижений

в той области, которой посвящен реферат;

- б) общий обзор опубликованных работ, рассматриваемых в реферате;
- в) цель данной работы;
- г) задачи, требующие решения.

Объем введения при объеме реферата 10-15 может составлять одну страницу.

#### Основная часть.

В основной части реферата студент дает письменное изложение материала по предложенному плану, используя материал из источников. В этом разделе работы формулируются основные понятия, их содержание, подходы к анализу, существующие в литературе, точки зрения на суть проблемы, ее характеристики. В соответствии с поставленной задачей делаются выводы и обобщения. Очень важно не повторять, не копировать стиль источников, а выработать свой собственный, который соответствует характеру реферируемого материала.

#### Заключение

Заключение подводит итог работы. Оно может включать повтор основных тезисов работы, чтобы акцентировать на них внимание читателей (слушателей), содержать общий вывод, к которому пришел автор реферата, предложения по дальнейшей научной разработке вопроса и т.п. Здесь уже никакие конкретные случаи, факты, цифры не анализируются. Заключение по объему, как правило, должно быть меньше введения.

#### Список использованных источников

Составление списка использованной литературы. В соответствии с требованиями, предъявляемыми к реферату, докладу, необходимо составить список литературы, использованной в работе над ним.

В строго алфавитном порядке размещаются все источники, независимо от формы и содержания: официальные материалы, монографии и энциклопедии, книги и документы, журналы, брошюры и газетные статьи.

#### **Порядок сдачи и защиты рефератов.**

1. Реферат сдается на проверку преподавателю за 1-2 недели до зачетного занятия.
2. При защите реферата преподаватель учитывает: – качество – степень самостоятельности студента и проявленную инициативу – связность, логичность и грамотность со- ставления – оформление в соответствии с требованиями кафедры.
3. Защита тематического реферата может проводиться на выделенном одном занятии в рамках часов учебной дисциплины или конференции, или по одному реферату при изуче- нии соответствующей темы, либо по договоренности с преподавателем.
4. Защита реферата студентом предусматривает • доклад по реферату не более 5-7 минут • ответы на вопросы оппонента. На защите запрещено чтение текста реферата.

2) Подготовка докладов на вопросы, для самостоятельного изучения

#### **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение (доклады)**

1. Сущность хозяйственных связей. Взаимодействие субъектов коммерческой деятельности.
2. Документооборот в рамках коммерческой деятельности отелей.
3. Договорные отношения с партнёрами и потребителями гостиничных услуг. Разновидно- сти контрактов в индустрии гостеприимства.
4. Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприя- тия
5. Основная цель, задачи и функции коммерческой службы предприятия. Организационная структура подразделений коммерческой службы.
6. Отдел продаж, маркетинга, рекламы.
7. Функциональная структура коммерческой службы.
8. Требования к персоналу коммерческой службы. Основные обязанности персонала ком- мерческой службы.
9. Планирование расходов гостиничного предприятия.

10. Виды издержек.
11. Анализ затрат.
12. Определение себестоимости услуг.
13. Организация снабжения. Сбор информации.
14. Выбор поставщиков.
15. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке товаров и продаже услуг.
16. Роль хозяйственных договоров в определении требований к качеству продукции
17. Сущность, виды и методы проведения коммерческих сделок.
18. Последствия и виды ущерба при нарушении хозяйственных договоров
19. Особенности аренды отдельных видов имущества

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Книгообеспеченность**

Наименование литературы: автор, название, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Наличие в электронном каталоге ЭБС	
<b>Основная литература*</b>			
1. Управление запасами: многофакторная оптимизация процесса поставок : учебник для вузов / Г. Л. Бродецкий, В. Д. Герامي, А. В. Колик, И. Г. Шидловский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 322 с.	2020	<a href="https://urait.ru/bcode/475233">https://urait.ru/bcode/475233</a>	
2. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г. Г. Иванов, Е. С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.	2020	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1043393">https://znanium.com/catalog/product/1043393</a>	
Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с.	2021	<a href="https://urait.ru/bcode/472712">https://urait.ru/bcode/472712</a>	
<b>Дополнительная литература*</b>			
1. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 134 с.	2019	<a href="https://biblio-online.ru/bcode/438107">https://biblio-online.ru/bcode/438107</a>	
2. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с.	2019	<a href="https://biblio-online.ru/bcode/442318">https://biblio-online.ru/bcode/442318</a>	
3. Договоры коммерческого права. Договор продажи товаров : учебное пособие для вузов / В. А. Белов [и др.] ; ответственный редактор В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 350 с.	2021	<a href="https://urait.ru/bcode/477064">https://urait.ru/bcode/477064</a>	

### **6.2. Периодические издания**

1. Вестник Института экономики РАН
2. Вестник МГУ: экономика
3. Вестник Российского экономического университета им. Плеханова
4. Экономика и жизнь
5. Экономика и управление

### **6.3. Интернет ресурсы**

1. <http://www.businesspress.ru>
2. <http://www.ntarus.ru>

3. [http:// www. rbc. ru](http://www.rbc.ru)
4. [http:// www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru)
5. <http://www.marketing.spb.ru>
6. <http://panor.ru/magazines/sovremennaya-torgovlya.html>
7. Электронная библиотечная система ВлГУ. – URL: <http://library.vlsu.ru/>
8. Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus. – URL: <http://www.scopus.com/>
9. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science. – URL: [webofscience.com](http://webofscience.com)

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ).

### Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочую программу составил Краснова М.В. директор ООО «Мономах»

Рецензент

(представитель работодателя) Директор ООО «Мономах» Л.А. Коровина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства  
протокол № 1 от 25.08.2021 г.

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б. Ярьс

Рабочая программа рассмотрена и одобрена  
на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.03 «Гостиничное дело»  
протокол № 1 от 30.08.2021 г.

Председатель комиссии к.п.н., доцент Краснова М.В. Краснова



**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2022 / 2023 учебный года

Протокол заседания кафедры № 1 от 29.08.22 года

Заведующий кафедрой КЭМ Дюряев

 Алексей Об

Рабочая программа одобрена на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ учебный года

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ учебный года

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ учебный года

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_